

DOI 10.15826/izv1.2021.27.2.027
УДК 070.23:351.741 + 81'27

В. Е. Нестерова

СТРАТЕГИЯ ОЦЕНОЧНОЙ АРГУМЕНТАЦИИ КАК СРЕДСТВО ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ОБРАЗА ПОЛИЦИИ В РОССИЙСКОМ И АМЕРИКАНСКОМ ГАЗЕТНОМ ДИСКУРСЕ (на примере проправительственных газет)

Статья посвящена изучению лингвистического моделирования образа полиции в российском и американском газетном дискурсе и, в частности, затрагивает вопрос использования стратегии оценочной аргументации в новостных сообщениях проправительственных газет. В результате исследования автором делается вывод, что образ полиции в русскоязычных и англоязычных изданиях моделируется за счет таких оценочных компонентов, как «защита», «безопасность», «закон», «порядок», «профессионализм», «нравственность» и «мораль».

Ключевые слова: образ; правоохранительные органы; газетный дискурс; лингвистическое моделирование; коммуникативная стратегия; тактика; речевой прием; категория оценочности

Введение

Во всем мире деятельность правоохранительных органов всегда вызывала особой интерес у общества, однако в разные исторические периоды и в различном социальном контексте отношение к сотрудникам полиции и их деятельности претерпевало серьезные изменения. В последнее время полиция как России, так и других стран, в особенности США, подвергается критике со стороны населения, что зачастую обусловлено внутривнутриполитическими и внешнеполитическими событиями и реакцией общества на эти события и действия полиции. Образ защитника правопорядка неоднократно менялся от положительного до нейтрального или даже резко негативного, и наоборот. Зачастую полиция сама стремится выйти на новый уровень взаимодействия с гражданами с целью улучшения своего медийного образа, сложившегося в определенный период времени, который формируется у общества непосредственно при взаимодействии с правоохранительными органами и в результате влияния на общественное сознание различных средств массовой информации (СМИ). Поэтому именно медийный образ сотрудника правоохранительных органов определяет восприятие ОВД как социального института и влияет на общественное мнение.

Одним из самых эффективных методов формирования образа любого объекта является моделирование, с помощью которого осуществляется комплексный подход к описанию того или иного объекта действительности, раскрывается его

структура и функция. В лингвистике термин «*модель*» понимается как «искусственно созданное в лингвистических целях реальное или мысленное устройство, воспроизводящее или имитирующее своим поведением (обычно в упрощенном виде) поведение или устройство оригинала» [Языкознание..., с. 304], а процесс моделирования образа/имиджа в медиатекстах рассматривается как «способ речевого воздействия, активно используемый адресантами с целью внедрения желаемого образа/имиджа носителя в массовое сознание целевой аудитории» [Катынская, с. 3].

С точки зрения лингвистического моделирования образа социального института, в частности полиции, наибольший интерес представляет газетный дискурс, который является отражением современного состояния языка, а медиатексты сознательно конструируются с целью продвижения того или иного объекта, предмета, факта или явления действительности, реализуя тем самым прагматическую функцию. Вербализованный в медиатекстах образ способен оказывать воздействие на адресата, поэтому язык СМИ следует рассматривать не только как средство передачи информации, но и как средство манипулирования массовым сознанием, а языковые средства, концептуализирующие социальную действительность, являются материальным воплощением абстрактной модели, ментальной единицы, которой представлен этот образ.

Речевое воздействие, направленное на управление коммуникативными процессами и способствующее формированию конструктивных ценностных мотиваций, ориентаций и смыслов адресата, наиболее эффективно осуществляется за счет применения адресантом различных коммуникативных стратегий и тактик. В связи с этим изучение коммуникативных стратегий и тактик при моделировании образа социального института (в широком понимании данного понятия) является актуальной проблематикой современной лингвистики, которая нашла отражение в исследованиях многих ученых [Баранов; Дейк ван; Иссерс; Калинин; Катынская; Киуру; Михалева; Паршина; Почепцов; Руженцева; Фролова; Шейгал; Ярославцева].

Предметом исследования является стратегия оценочной аргументации, реализуемая с целью моделирования образа правоохранительных органов России и США.

Объектом выступает образ российской и американской полиции в проправительственных газетах.

Цель исследования заключается в анализе стратегии оценочной аргументации как средства лингвистического моделирования образа социального института в проправительственном газетном дискурсе.

Для достижения поставленной цели в исследовании реализуются следующие **задачи**:

- осуществить отбор текстов газетных сообщений, представленных в российских и американских проправительственных газетах, репрезентирующих информацию о правоохранительных органах;
- провести анализ речевых приемов в рамках стратегии оценочной аргументации в процессе лингвистического моделирования образа полиции в российских и американских проправительственных газетах;

— сопоставить речевые приемы и компоненты, выделенные в процессе реализации стратегии оценочной аргументации в русскоязычных и англоязычных изданиях.

Методология исследования

В качестве основного метода исследования был выбран контекстуальный анализ языкового материала, который осуществляется на основе интерпретативного подхода. Материалом исследования послужили тексты российских и американских газетных сообщений, репрезентирующих информацию о полиции, в частности, таких ведущих российских и американских газет, как «Газета.Ru», «Известия», «Российская газета» и «Associated Press». При выборе газет для проведения анализа автор использовал следующие критерии: индекс цитируемости, место в национальном и мировом рейтинге, уровень доверия граждан к изданию. Материал отобран методом сплошной выборки в каждом из рассматриваемых номеров за период с 7 по 10 января 2021 г. Выбор данного отрезка времени обусловлен политическими событиями, а именно штурмом Капитолия США в результате выборов президента, а также празднованием Нового года и Рождества в России (в эти дни, по статистическим данным, наблюдается увеличение правонарушений и преступлений). За основу проведения анализа газетных сообщений, репрезентирующих образ российской и американской полиции, была взята стратегия оценочной аргументации, при помощи которой наиболее эффективно моделируется образ социального института в газетном дискурсе.

Результаты исследования

Основные положения

Основная цель газетного дискурса заключается в представлении нового знания о факте, ситуации или событии, вербально оформленного и обусловленного коммуникативными канонами газетной коммуникации, которая представлена автором (адресантом, коммуникатором) текста, непосредственно текстом (материальное воплощение речемыслительной деятельности) и адресатом (интерпретатором, реципиентом) [Мартиросьян, Поздеева, с. 68].

Одно и то же событие, описываемое в газетном дискурсе, выступает в форме различных фактов, интерпретируемых автором газетного сообщения исходя из различных факторов: позиции редакции, социального, экономического или политического заказа, отношения самого автора. Поэтому степень объективности отражаемой реальности в газетном дискурсе всегда снижается в результате интерпретации происходящих явлений и событий [Катынская, с. 43]. В связи с этим корректная интерпретация представленного в газетном сообщении факта или события возможна только с учетом коммуникативного, социокультурного, когнитивного и лингвистического факторов.

Газетный дискурс, репрезентирующий информацию о деятельности правоохранительных органов, можно отнести к политической коммуникации, где прагматическая функция в большинстве случаев превалирует над информативной,

следовательно, в процессе создания газетного текста всегда будет доминировать манипуляция общественным сознанием. Акт манипуляции в газетном дискурсе реализуется за счет подбора адресантом определенной продуманной коммуникативной стратегии и тактики. Под термином «*стратегия*» понимается комплекс речевых действий, состоящий из различных тактик и направленный на достижение коммуникативной цели. *Тактики* обычно включают в себя приемы, предполагающие выбор определенных языковых средств, например, употребление оценочной лексики, метафорических конструкций, сравнений, эпитетов, аллюзий, неологизмов, а также искажение или утаивание информации и др.

Существует большое разнообразие коммуникативных стратегий и тактик, встречающихся в газетном дискурсе, поэтому лингвисты сходятся во мнении, что нет универсальной стратегии для лингвистического моделирования образа. Одной из самых распространенных стратегий в моделировании социального института является *стратегия дискредитации*. О. Н. Паршина выделяет в своем исследовании *стратегию самопрезентации, стратегии борьбы за власть и удержания власти, стратегию убеждения* [Паршина, с. 325]. По мнению М. В. Катинской, практика скрытого выражения интенции адресанта в массмедиа осуществляется за счет манипуляции, скрытой аргументации и косвенной пропаганды, а вербальное моделирование образа/имиджа объекта может актуализироваться с помощью аргументативных речевых средств, которые реализуются в *стратегии рациональной аргументации и стратегии оценочной аргументации* [Катинская, с. 61–136], так как аргументация всегда нацелена на внедрение в сознание адресата определенных убеждений в приемлемости или неприемлемости той или иной точки зрения.

Стратегия оценочной аргументации

По мнению Е. Ф. Серебренниковой, адресант с помощью языка способен ориентироваться в мире своих ценностей и оказывать регулирующее влияние на состояние и действия адресантов [Лингвистика и аксиология, с. 11]. Лингвисты в своих исследованиях оперируют различными дефинициями термина «оценка», мы в своей работе возьмем за основу определение Н. Е. Кузнецовой, которая рассматривает *оценку* как процесс и результат определения субъектом степени значимости объекта с учетом способности последнего удовлетворять те или иные потребности и интересы субъекта, т. е. определения прагматической значимости объекта [Кузнецова, с. 71].

Существует огромное количество классификаций ценностей, однако одна из наиболее системных классификаций была разработана Ю. Г. Вешнинским, согласно которой ценности можно подразделить на следующие группы: 1) государственно-политические, военно-силовые, гражданско-правовые; 2) исторические; 3) «коммунитарные»; 4) «натуральные» (природные); 5) научно-когнитивные; 6) персоналистские; 7) религиозно-конфессиональные; 8) социально-стратификационные; 9) художественно-эстетические; 10) ценности урбанистических локально-территориальных сообществ; 11) экономические; 12) этические; 13) этнические [Вешнинский, с. 226–227].

В стратегии оценочной аргументации на первый план выходит категория оценочности, которая выражается различными речевыми приемами и носит как эксплицитный, так и имплицитный характер. К основным приемам выражения категории оценочности можно отнести употребление тропов и фигур речи, эмоционально-окрашенной лексики, устойчивых словосочетаний, модальности, навязывание пресуппозиции. Самыми распространенными оценочными категориями являются сферы оценок «хорошо-плохо» и «свой-чужой». Данная стратегия реализуется также за счет вербализации различных положительных и отрицательных компонентов образа.

*Стратегия оценочной аргументации
при моделировании образа правоохранительных органов России и США
в проправительственных газетах*

В проправительственных изданиях образ правоохранительных органов, моделируемый при помощи стратегии оценочной аргументации, вербализуется за счет ценностных компонентов, которые способны оказывать влияние на процессы восприятия вербальной информации адресатами и формировать модель социального института полиции в сознании граждан.

Вербализация **компонента «профессионализм»** сотрудников полиции в проправительственных изданиях происходит с помощью различных оценочных средств в эксплицитной и/или имплицитной формах. Основанием для положительной оценки полиции и ее действий в нижеприведенных аргументативных актах является апелляция к потребности граждан в профессиональных и оперативных сотрудниках правоохранительных органов. Так, актуализация компонента «профессионализм» полиции эксплицитно акцентируется в следующем отрывке:

Полицейские в полном объеме обеспечили общественный порядок во время празднования Рождества Христова в регионах России и не допустили нарушений [Известия. 07.01.2021].

Ссылки на слова официального представителя МВД России И. В. Волк направлены на моделирование положительного образа полиции, где сотрудники выступают в качестве профессионалов, эффективно выполняющих свои должностные обязанности по обеспечению охраны общественного порядка во время массовых мероприятий:

...Она рассказала, что усиленные наряды полиции несли службу возле православных храмов, церквей и монастырей. Предварительно они обследовали территории, на которых проводились праздничные богослужения. В свою очередь, сотрудники ГИБДД обеспечили безопасность дорожного движения [Там же].

Усиление перлокутивного эффекта достигается ссылкой на президента:

В рождественскую ночь президент России Владимир Путин посетил богослужение в храме Николая Чудотворца на острове Липно на востоке озера Ильмень, в 8 км от Великого Новгорода. Он подарил церкви икону «Господь Вседержитель». Также президент поздравил православных россиян с Рождеством [Там же].

Полиция, выступая проекцией власти в глазах общественности, предстает в данном контексте хранительницей и защитницей духовных и религиозно-конфессиональных ценностей.

Следующий новостной отрывок, несмотря на то что представлен в виде констатации факта без употребления экспрессивно-окрашенной или оценочной лексики, также является примером актуализации компонента «профессионализм»:

В результате оперативно-разыскных мероприятий сотрудниками уголовного розыска Петербурга совместно с оперативниками из города Сочи подозреваемый в разбойном нападении на банк в Санкт-Петербурге был задержан [Известия. 09.01.2021].

Результативность действий сотрудников полиции по задержанию подозреваемого лица имплицитно вводится посредством употребления **юридических терминов** «оперативно-разыскные мероприятия», «уголовный розыск», «разбойное нападение». Подобный прием с употреблением юридической терминологии наблюдается также в отрывке из статьи в «Газета.Ru»:

Следователи и криминалисты *проводят осмотр места происшествия, допрашивают свидетелей, изымают в пансионате документацию, назначены судебно-медицинские экспертизы*, а также проводятся другие *следственные действия*, направленные на установление причин и обстоятельств произошедшего [Газета.Ru. 09.01.2021].

Вербализация компонента **«закон»**, на страже которого стоят правоохранительные органы, осуществляется в новостном фрагменте под заголовком «Губернатор Тюменской области Александр Моор назвал произошедшее “ужасной трагедией”, выразил соболезнования родственникам погибших и сообщил, что взял расследование дела под личный контроль» [Там же]. Перлокутивный эффект убеждения в данном аргументативном акте достигается за счет употребления **эпитетов** «ужасная трагедия» и «огромное горе» и ссылкой на мнение правительства. Предложение «Вместе с правоохранительными органами мы установим виновных. Они ответят по закону» актуализирует **катеорию «свой»**, к которой принадлежат «правоохранительные органы», с помощью **предлога «вместе с»** и **личного местоимения «мы»**. **Призыв** «...будьте осторожны, соблюдайте правила безопасности. ...Берегите себя!» и **обращение «земляки»** направлены на установление доверительного отношения с аудиторией и апеллируют к чувству справедливости и уверенности в разрешении сложившейся ситуации.

В англоязычных изданиях также можно наблюдать моделирование компонента «закон». В следующем фрагменте новостного сообщения основание компонента «закон» не вербализовано, но имплицировано и находит подтверждение в следующем аргументе:

Kansas City has agreed to a \$725,000 settlement of an excessive force complaint filed after a police officer allegedly forced his knee onto the neck of a teenager who prosecutors said was not resisting arrest [Associated Press. 10.01.2021].

Компенсация в виде крупной суммы выплачена полицией Канзас-Сити за превышение сотрудником полиции своих полномочий при применении физической

силы. Оценочный смысл формируется за счет употребления **наречия** *“allegedly”*, что является реализацией интенции адресанта вызвать сомнение в виновности офицера полиции. Такое **противопоставление** моделирует положительный образ правоохранительного ведомства в целом, несмотря на отдельно взятый «неправомерный» поступок конкретного офицера. Данный аргумент направлен на апелляцию к экономическим ценностям и вербализует компонент «закон», перед которым равны все.

Актуализацию компонента «закон» можно наблюдать также в следующем аргументативном акте:

Seattle’s police chief says two city officers were apparently in Washington, D. C., Wednesday when a violent mob of President Donald Trump’s supporters stormed the nation’s Capitol and that an investigation will be launched to find out whether they committed criminal acts. The officers, who were not identified, have been placed on administrative leave [Associated Press. 10.01.2021].

Так, употребление **юридической терминологии** (*will be launched, criminal acts, identified, administrative leave*) служит средством убеждения адресата в правомерности и законности действий правоохранительных структур, а употребление сложного **эпитета** *“a violent mob of President Donald Trump’s supporters”* и **наречия** *“apparently”* представляет собой **противопоставление** и аргумент в защиту офицеров и их действий.

Близким по смыслу к компоненту «закон» является компонент «**порядок**», реализуемый как в российских, так и в американских газетах. Так, на примере следующего аргументативного акта актуализируется компонент «порядок» за счет подачи его в форме совета и апелляции к нравственности законопослушных граждан:

...УМВД России по Симферополю советует гражданам, которые нашли потерянные вещи — чужой кошелек или телефон, — сообщать о находках в местные органы внутренних дел, а если есть возможность — дозвониться до самого собственника [Российская газета. 07.01.2021].

В следующем новостном фрагменте ссылка на слова заместителя начальника полиции Капитолия Адриана Диаза также направлена на моделирование компонента «порядок». Оценочный смысл формируется за счет употребления **противопоставления** *“constitutionally protected” — “unlawful”*, а также противительного **союза** *but*, что позволяет акцентировать положительный смысл на фоне отрицательного контекста о том, что незаконные действия жестокой толпы повлекли за собой смерть полицейского, стоящего на защите Капитолия:

In a statement late Friday, Adrian Diaz, the city’s interim chief, said the department supports constitutionally protected free speech, “but the violent mob and events that unfolded at the U.S. Capitol were unlawful and resulted in the death of another police officer” [Associated Press. 10.01.2021].

К основным функциям правоохранительных органов относятся защита жизни, здоровья, прав и свобод граждан, а также обеспечение общественной безопасности.

В связи с этим полиция как социальный институт может выступать в качестве государственно-политической и общественной защиты ценностей посредством вербализации таких **компонентов**, как «**защита**» и «**безопасность**». Рассмотрим фрагменты новостных сообщений, репрезентирующих образ сотрудников полиции как спасителей и защитников человеческой жизни, здоровья и интересов граждан.

В нижеприведенных новостных отрывках, посвященных одному событию, но освещенных в разных газетах, полицейские представлены **спасителями** жизни и здоровья ребенка:

Сотрудники полиции в Санкт-Петербурге спасли ребенка, которого родители, спасая, выбросили из окна многоквартирного дома во время пожара. Об этом 9 января сообщила официальный представитель МВД России Ирина Волк [Известия. 10.01.2021].

Вербализация компонентов «защита» и «безопасность» представлена в следующем контексте:

«Полицейскими было принято решение о незамедлительной эвакуации ребенка. Заместитель начальника УМВД России по Фрунзенскому району города Санкт-Петербурга Александр Кузякин и врио заместителя начальника 5-го отдела полиции Алексей Малкин растянули под окном дома плед, сброшенный родственниками, и поймали малышку», — говорится в заявлении И. Волк [Там же].

Посредством упоминания имен и должностей конкретных сотрудников полиции и ссылки на авторитетное лицо адресант устанавливает доверительные отношения с аудиторией, а перлокутивный эффект усиливается путем употребления **эпитета** «*незамедлительная эвакуация*» и **уменьшительно-ласкательного слова** «*малышка*». Заключительным предложением «*Отмечается, что жизни и здоровью ребенка ничего не угрожает*» достигается прагматическая функция по моделированию образа полицейского в качестве **героя-спасителя**, что также находит подтверждение в отрывке из «Российской газеты»:

Жители рассказали полицейским, что в одной из квартир находится трехлетняя девочка, ей стало плохо от угарного газа. Но вынести ее на улицу в тот момент было невозможно. Тогда полицейские приняли решение поймать ребенка. Сотрудники полиции развернули под окном плед, крепко его держали, родственники максимально аккуратно сбросили ребенка [Российская газета. 10.01.2021].

В данном контексте мы можем наблюдать моделирование образа офицеров полиции как людей, способных принимать взвешенные решения в чрезвычайных ситуациях и нести ответственность за возможные последствия, а следовательно, способных гарантировать защиту и безопасность населения.

Компоненты «**защита**» и «**безопасность**» также актуализируются во фрагменте, где «*наши миротворцы и патрули российской военной полиции*», рискуя своей жизнью и здоровьем, обеспечивают защиту и безопасность «*беженцев*»:

Дня не проходит, чтобы Минобороны РФ не сообщало о новых автоколоннах с беженцами, следующих из Армении в Карабах [Российская газета. 10.01.2021].

С помощью **инверсивной конструкции** «Дня не проходит ...» в самом начале статьи адресант привлекает внимание аудитории к проблеме миграции, а приведение статистических данных обосновывает важность и значимость работы силовых структур по обеспечению безопасной транспортировки мирного населения:

Очередной такой рейд из Еревана в Степанакерт завершился возвращением на родину еще 182 жителей Нагорного Карабаха. Всего же с начала миротворческой операции, по данным нашего военного ведомства, в места постоянного проживания приехали уже 48 тысяч 241 человек [Там же].

Автор статьи достигает перлокутивного эффекта путем введения *категории «свои»* с помощью *притяжательного местоимения* «наши»:

Чтобы максимально обезопасить эти транспортные потоки, наши миротворцы и патрули российской военной полиции сопровождают машины и автобусы до конечной точки маршрута [Там же].

Кроме того, можно утверждать, что в данных аргументативных актах силовые структуры, включая военную полицию, выступают в качестве **защитников** государственно-политических, военно-силовых и гражданско-правовых ценностей.

В американских проправительственных изданиях также моделируется образ правоохранительных агентств, выступающих в роли **защитников** и хранителей различных общественных ценностей, обеспечивающих безопасность своих граждан. Так, в отрывке «*Armed with metal pipes, pepper spray and other weapons, the mob pushed past the thin police line, and one protester hurled a fire extinguisher at an officer...*» [Associated Press. 09.01.2021] офицеры полиции оказывают сопротивление мятежникам, угрожающим символам демократии в США:

...They breached the line moments later, and rioters soon broke into the building, taking over the House and Senate chambers and running wild in Statuary Hall and other hallowed symbols of democracy [Ibid.].

В данном контексте адресант, апеллируя к государственно-политическим ценностям, дает положительную оценку действиям офицеров полиции, выставляет их героями, способными противостоять вооруженной толпе «*armed with metal pipes, pepper spray and other weapons*», рискующими своей жизнью и здоровьем «*one protester hurled a fire extinguisher at an officer*», «*police officers were injured, mocked, ridiculed and threatened*», обеспечивающими защиту и безопасность Капитолия и находящихся в нем людей, а также заслуживающими одобрение и признание правительства США: «*Pelosi ordered flags at the Capitol lowered to half-staff in Sicknick's honor*».

В аргументативном акте председателя Союза офицеров полиции Капитолия Гаса Папатанасиу правоохранительные агентства также выступают защитниками здоровья и жизней людей, обеспечивающими их полную безопасность:

...Once the breach of the Capitol building was inevitable, officers prioritized lives over property. Not one member of Congress or their staff was injured, leading people to safety [Associated Press. 09.01.2021].

Перлокутивный эффект аргумента достигается за счет ссылки на слова авторитетного лица и употребления **отрицательного местоимения** «*not one*» и оборота «*leading people to safety*».

Вербализацию компонентов «**защита**» и «**безопасность**» можно проследить в следующем фрагменте:

The Washington State Patrol, which oversees security of the Capitol campus, has said there will be a strong law enforcement presence. And on Friday, Gov. Jay Inslee announced he activated 750 members of the National Guard to help protect the Capitol campus [Associated Press. 10.01.2021].

Прагматическая функция в данном аргументе усиливается за счет ссылки на слова губернатора Вашингтона Джея Инсли и его отношения к полиции как к **помощникам** — «*to help protect the Capitol campus*», а уверенность в положительном исходе операции по обеспечению защиты Капитолия объективируется за счет упоминания конкретной цифры задействованных членов Национальной гвардии.

Компоненты «нравственность» и «мораль» вербализуются посредством оценочных суждений в положительных контекстах, в которых правоохранительные органы выступают защитниками **этических ценностей**. Так, в аргументативном акте пресс-секретаря ГУ МВД по Свердловской области Валерия Горелых сотрудники ДПС представлены **борцами за морально-нравственные устои** общества:

...Поражает в этой ситуации то, откуда берутся такие люди в Свердловской области, ведь практически каждую неделю накануне выходных органы внутренних дел через СМИ и социальные сети информируют общественность о предстоящих массовых проверках на дорогах [Российская газета. 07.01.2021].

Перлокутивный эффект достигается употреблением **инверсивной конструкции** «*поражает в этой ситуации то, откуда берутся такие люди...*», указывающей на возмущение и даже разочарование адресанта аморальным поведением водителей, и усиливается в следующем контексте:

«Но поскольку не все, у кого есть права, еще усвоили, что пьяный за рулем — это преступник, сотрудники ГИБДД будут продолжать всевозможные акции по отлову тех, кому море по колено», — добавил Валерий Горелых [Там же].

Интенции адресанта направлены на привлечение внимания граждан к проблеме управления транспортным средством в состоянии алкогольного опьянения, а также на предупреждение последствий от вождения в нетрезвом виде. За счет употребления **разговорного слова** «*отлов*» и **фразеологизма** «*море по колено*» адресант устанавливает доверительные отношения с аудиторией и апеллирует к сознанию граждан.

В новостном сообщении «Полиция закрыла московское заведение с шаурмой “от Сталина”» сообщается:

... торговую точку закрыли, а продавца попросили покинуть рабочее место. Председатель Совета при президенте России по развитию гражданского общества и правам

человека Валерий Фадеев, слова которого передает телеканал, назвал концепцию заведения дурным маркетинговым ходом и отметил, что эта идея у многих вызывает ассоциации с временами политических репрессий [Газета.Ру. 08.01.2021].

Название заведения, указанное в заголовке статьи «...шаурма «от Сталина»», ассоциируется у адресатов «...с временами политических репрессий», а негативная коннотация в аргументе авторитетного лица усиливается употреблением сложного **эпитета** «дурной маркетинговый ход». Таким образом, сотрудники полиции, закрывшие «торговую точку», выступают в роли защитников **исторических ценностей**, а аргументативный акт основан на апелляции к уважению и почтению истории родной страны, что неразрывно связано с моралью и нравственностью российского населения.

Моделирование компонента «**нравственность**» полиции реализуется также в американских газетах. Так, в следующем отрывке новостного сообщения офицеры полиции представлены в виде **защитников этических ценностей** и борцов с аморальными гражданами:

Also charged was a West Virginia state lawmaker who posted videos online showing himself pushing his way inside the Capitol, fist bumping with a police officer and then milling around the Rotunda as he shouted “Our house!” The lawmaker, Derrick Evans, was arrested by the FBI at his home on Friday and charged with entering restricted federal property [Associated Press. 09.01.2021].

В данном контексте адресант актуализирует категорию «свой-чужой» за счет употребления **притяжательного местоимения** «*our*» депутатом штата Западная Вирджиния Дерриком Эвансом, который выступает в роли антагониста правоохранительных агентств США.

Заключение

Изучив теоретический материал по вопросу применения коммуникативных стратегий, тактик и речевых приемов, реализуемых при лингвистическом моделировании образа российской и американской полиции в проправительственных газетах, и проведя практическое исследование, направленное на изучение стратегии оценочной аргументации, можно сделать вывод о том, что газетный дискурс раскрывает взаимозависимость между языковыми и внеязыковыми характеристиками приемов, оказывающих манипулятивное воздействие на адресата. Так, адресантом в процессе создания газетного текста с помощью репрезентации текстовых структур выстраивается определенная вербальная модель, способствующая наиболее продуктивному восприятию и интерпретации информации адресатом. Зачастую адресант сознательно и целенаправленно выстраивает определенную модель объекта с целью последующего навязывания ее адресатам. В данном случае речь идет об оказании речевого воздействия на сознание адресата путем применения наиболее релевантной коммуникативной стратегии, в которой интенции адресанта реализуются с помощью подбора различных тактик и приемов. Одной

из наиболее эффективных коммуникативных стратегий в рамках лингвистического моделирования образа полиции в России и США в газетном дискурсе является стратегия оценочной аргументации, которая базируется на положении о выработанных в обществе ценностях, закрепленных в сознании индивида.

Что касается модели правоохранительных органов, репрезентируемой в российских проправительственных газетах, то здесь складывается тенденция к созданию положительного образа полиции: сотрудники предстают в образе профессионалов, отличающихся героизмом и самоотверженностью в борьбе с преступлениями и правонарушениями и защищающих нравственные и моральные ценности. В американских проправительственных изданиях моделируется образ высоконравственных офицеров полиции, стоящих на страже закона и порядка и обеспечивающих безопасность граждан и правительства США.

Анализ аргументов в рамках стратегии оценочной аргументации в отобранных нами газетных статьях, репрезентирующих информацию о деятельности российских и американских правоохранительных органов, позволяет сделать вывод о том, что образ полиции как социального института в проправительственных изданиях осуществляется за счет вербализации таких ценностных признаков или компонентов в отношении офицеров полиции, как «защита» и «безопасность» (встречаются в девяти контекстах), «нравственность» и «мораль» (актуализируются в четырех контекстах), «профессионализм» (моделируется в четырех контекстах), «закон» (вербализуется в трех контекстах) и «порядок» (встречается в двух контекстах). С помощью актуализации перечисленных компонентов в рассмотренных нами примерах адресант добивается прагматического эффекта убеждения в том, что полиция является защитницей и хранительницей исторических, этических, религиозно-конфессиональных, экономических ценностей граждан, а также государственно-политических, военно-силовых и гражданско-правовых ценностей, что не только формирует положительный образ всей структуры МВД, но и вызывает поддержку и одобрение действий отдельных сотрудников полиции со стороны населения.

В проправительственных газетах наиболее распространенными речевыми приемами являются употребление эпитетов, фразеологизмов, включение юридической терминологии, разговорной лексики, инверсивных конструкций, противопоставлений, а также личных и притяжательных местоимений, за счет которых реализуется категория «свой».

Кроме того, нельзя не отметить лингвокультурологические различия к подходу в моделировании образа полиции в русскоязычных и англоязычных газетных текстах. Российские газеты делают упор на акцентировании таких компонентов, как «нравственность» и «мораль» сотрудников полиции, в то время как американские коллеги в большей степени моделируют образ своих агентств посредством вербализации компонентов «закон» и «порядок», «защита» и «безопасность». Таким образом, отношения между правоохранительными структурами страны и ее населением строятся на сохранении различных ценностей: этических и религиозно-конфессиональных в России и государственно-политических и экономических в США. Тем не менее полиция как социальный институт, выступая защитником

и хранителем тех или иных общественных ценностей, сама представляет собой ценность в обеих культурах.

В данной статье автором не предпринималась попытка сделать обзор исследований в русле лингвистической теории оценки, а также провести тактико-стратегический анализ в рамках других существующих коммуникативных стратегий.

Перспективы дальнейшего исследования мы видим в проведении анализа аргументативных актов, представленных в оппозиционных газетах, репрезентирующих образ полиции России и США.

Баранов А. Н. Политическая аргументация и ценностные структуры общественного сознания // *Язык и социальное познание*. М., 1990. С. 166–176.

Вешинский Ю. Г. Аксиология культурного пространства-времени (в границах постсоветского культурного пространства) // *Мир психологии* (Воронеж). 2005. № 4 (44). С. 226–236.

Дейк Т. А. ван. Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М., 2013. 344 с.

Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи : учеб. пособие. М., 2002. 284 с.

Калинин К. Е. Коммуникативные стратегии убеждения в англоязычном политическом дискурсе : дис. ... канд. филол. наук. Н. Новгород, 2009. 188 с.

Катынская М. В. Лингвистическое моделирование имиджа : монография. Благовещенск, 2012. 168 с.

Киуру К. В. Дискурсивная модель имиджа политика. СПб., 2005. 147 с.

Кузнецова Н. Е., Шевченко Е. В. К вопросу о некоторых способах выражения оценки // *Язык. Текст. Стил* : сб. науч. тр. Курган, 2004. С. 71–79.

Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных смыслов : монография / отв. ред. Л. Г. Викулова. М., 2011. 352 с.

Мартыросьян Е. Г., Поздеева Т. В. Аргументативный дискурс в политической газетной коммуникации // *Вестн. Адыг. гос. ун-та. Сер. 2 : Филология и искусствоведение*. 2015. № 2 (153). С. 67–72.

Михалева О. Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия. М., 2009. 256 с.

Пашина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : дис. ... д-ра филол. наук. Саратов, 2005. 325 с.

Почепцов Г. Г. Коммуникативная стратегия и тактика // *Диалог глазами лингвиста*. Краснодар, 1994. С. 34–39.

Руженцева Н. Б. Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе : монография. Екатеринбург, 2004. 294 с.

Фролова Е. В. Коммуникативные стратегии формирования имиджа регионального лидера в электронных СМИ : дис. ... канд. филол. наук. Омск, 2007. 207 с.

Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. Москва ; Волгоград, 2006. 367 с.

Языкознание : Большой энцикл. словарь / В. Г. Гак, Н. Д. Арутюнова, Т. В. Гамкрелидзе, В. А. Виноградов. М., 1998. 685 с.

Ярославцева А. Е. Репрезентация речевых стратегий и тактик в агитационном тексте : дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2007. 211 с.

Статья поступила в редакцию 27.02.2021 г.